

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 1 «Сучасні маркетингові технології»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності / освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	2 курс, 3 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Милько Інна Петрівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу, початкові навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
Що буде вивчатися	Сучасні технології Інтернет-маркетингу. Сучасні технології нейромаркетингу. Технології мобільного маркетингу. Сучасні технології соціального медіа маркетингу (SMM). Маркетингові технології у товарній політиці, ціновій політиці, політиці розподілу і збуту
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення освітнього компоненту сприятиме поглибленню розуміння базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності, розширенню знань, формуванню умінь розроблення і застосування сучасних маркетингових технологій.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Фахові компетентності: ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
---	---